

FAKULTA PŘÍRODOVĚDNĚ - HUMANITNÍ A PEDAGOGICKÁ

Katedra: Tělesné výchovy

Studijní program: B6208 Ekonomika a management

**Studijní obor
(kombinace):** Management sportovní

Sportovní zařízení města Jičín

Sports facilities of the town Jičín

Bakalářská práce: 2010-FP-KTV-368

Autor:

Petrovický Martin

Podpis:

.....

Adresa:

U Trati 907

506 01, Jičín

Vedoucí práce: Mgr. Hložková Eva

Počet

stran	grafů	obrázků	tabulek	pramenů	příloh
70	3	1	8	16	5

V Liberci dne: 21. 4. 2010

Prohlášení

Byl jsem seznámen s tím, že na mou bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, zejména § 60 – školní dílo.

Beru na vědomí, že Technická univerzita v Liberci (TUL) nezasahuje do mých autorských práv užitím mé bakalářské práce pro vnitřní potřebu TUL.

Užiji-li bakalářskou práci nebo poskytnu-li licenci k jejímu využití, jsem si vědom povinnosti informovat o této skutečnosti TUL; v tomto případě má TUL právo ode mne požadovat úhradu nákladů, které vynaložila na vytvoření díla, až do jejich skutečné výše.

Bakalářskou práci jsem vypracoval samostatně s použitím uvedené literatury a na základě konzultací s vedoucím bakalářské práce a konzultantem.

V Liberci dne: 21. 4. 2010

Martin Petrovický

Poděkování

Na tomto místě bych rád poděkoval Mgr. Evě Hložkové za cenné rady a čas, který mi věnovala. Poděkování věnuji také organizaci Sportovní zařízení města Jičín, která mi ochotně poskytla potřebné informace.

Sportovní zařízení města Jičín

Petrovický Martin

Anotace

Bakalářská práce na téma Sportovní zařízení města Jičín má za cíl analyzovat ekonomiku, marketingové prostředí a technické zázemí příspěvkové organizace. Práce je pomocí dostupných literárních pramenů, poskytnutých informací a dokumentů tvořena do jednotlivých částí.

V úvodní části práce je nejprve představen Jičín a přiblížen vývoj sportu v tomto městě. Další část se věnuje příspěvkové organizaci Sportovní zařízení města Jičín. Zde je charakterizována organizace, popsány její činnosti a jednotlivá zařízení, která tvoří strukturu organizace. Na předešlé části práce navazuje část závěrečná. V té je nejprve s použitím uvedených výdajů města na sport, výpočtem jednotlivých hodnot a ekonomického ukazatele bodu zvratu analyzováno hospodaření. Poté je pomocí analýzy SWOT provedeno hodnocení příspěvkové organizace a jednotlivých zařízení.

Klíčová slova: příspěvková organizace, město Jičín, sportovní zařízení, marketing, ekonomická analýza, analýza SWOT

Sports facilities of the town of Jičín

Petrovický Martin

Abstract

The main aim of this study which is focusing on sports facilities owned by town of Jicin is to analyse the economic situation, marketing environment and equipment sources of this non-profit organization.

In the first part of this study town of Jicin is introduced and background information about development of sports activities in Jicin are given. The next chapter describes a non-profit sports organization run and owned by town of Jicin. Analysis

such as corporate culture and organizational structure are applied on this non-profit sports organization. The last chapter provides a complete economical analysis of this non-profit organization. SWOT analysis is used to determine the effectiveness of this organization.

Key words: non-profit organization, town Jičín sports facilities, marketing, economic analysis, SWOT analysis

Die Sportliche Einrichtungen der Stadt Jičín

Petrovický Martin

Anotation

Das Ziel meiner Bachelor-Arbeit auf Thema Die Sportliche Einrichtungen der Stadt Jičín ist ihre Ökonomie, Marketing und technisches Umfeld dieser Beitragsorganisation zu analysieren. Die Arbeit ist mit der Hilfe von erschwinglichen literarischen Quellen, bereitgestellten Informationen und Dokumente in die einzelnen Teile getrennt.

In der Einleitung wird die Stadt Jičín vorgestellt und die Entwicklung des Sportes in dieser Stadt angenährt. Der weitere Teil widmet sich der Beitragsorganisation der Stadt Jičín. Hier ist die Organisation charakterisiert, ihre Tätigkeiten und die einzelnen Einrichtungen, die die Struktur der Organisation bilden, sind beschrieben. Nach vorigen Teilen der Arbeit folgt der Schlussteil. In diesem Teil ist die Wirtschaft mit Verwendung von erwähnten Ausgaben für Sport, Rechnung einzelner Werte und Wirtschaftskennziffer des Umwandlungspunktes analysiert. Danach wird mit der Hilfe der Swot-Analyse die Bewertung von der Beitragsorganisation und einzelnen Einrichtungen ausgeführt.

Die Schlüsselwörter: die Beitragsorganisation, die Stadt Jičín, die sportliche Einrichtungen, das Marketing, die ökonomische Analyse, die SWOT- Analyse

OBSAH

ÚVOD.....	10
1 Cíle.....	11
2 Jičín a sport	12
2.1 Charakteristika města.....	12
2.2 Sport v Jičíně	12
3 Sportovní zařízení města Jičín	14
3.1 Příspěvková organizace	14
3.2 Náplň činnosti a struktura organizace.....	15
3.3 Vnější a vnitřní sportovní areály.....	16
3.3.1 Historie sportovišť	16
3.3.2 Současná struktura a technické zázemí areálů.....	17
3.4 Aqua centrum.....	19
3.4.1 Struktura.....	19
3.4.2 Aktivity Aqua centra.....	20
3.5 Ubytování.....	21
3.5.1 Historie hotelu Start	21
3.5.2 Současné možnosti ubytování a poskytované služby	21
4 Hospodaření příspěvkové organizace	22
5 Marketing.....	23
5.1 Marketing v tělesné výchově a sportu	23
5.2 Marketing v příspěvkové organizaci.....	25
5.2.1 Fundraising	25
5.2.2 Public relations	26
5.3 Marketingové prostředí.....	26
5.3.1 Mikroprostředí	27
5.3.2 Makroprostředí.....	27
5.4 Metody marketingového výzkumu	28
6 Hospodaření příspěvkové organizace SZMJ	29
6.1 Výdaje města na sportovní zařízení	29

6.2	Náklady a výnosy jednotlivých zařízení za rok 2008	32
6.3	Analýza bodu zvratu	33
6.3.1	Analýza bodu zvratu Aqua centra Jičín	35
7	SWOT analýza.....	40
7.1	Organizace SZMJ	42
7.2	Venkovní sportoviště	44
7.3	Vnitřní sportoviště	46
7.4	Aqua centrum.....	47
7.5	Ubytování.....	50
8	Závěr	51
9	Použitá literatura	53
10	Seznam příloh	55

Seznam zkratek a symbolů:

ČOS	Český olympijský svaz
ČSR	Československá republika
ČSTV	Český svaz tělovýchovy
IAAF	International Association of Athletics Federations, (Mezinárodní atletická federace)
MMR	Ministerstvo pro místní rozvoj
SZMJ	Sportovní zařízení města Jičín
V.I.P.	Very important person, Velmi důležitá osoba
ZŠ	Základní škola

ÚVOD

V dnešní době, kdy společnost trpí nedostatkem pohybu, jelikož má většina obyvatel sedavé zaměstnání a uspěchaný životní styl, hraje sport důležitou roli pro každého jedince ve společnosti. Jakákoliv tělesná aktivita je významným prvkem ke snižování civilizačních nemocí jako jsou obezita, nadváha, vysoký cholesterol apod. Aktivní trávení volného času přispívá k regeneraci sil. Z tohoto hlediska by se mělo stát rekreační sportování součástí volného času každého zdatného jedince ve společnosti.

Díky své neustále rostoucí popularitě se sport stává jednou z nejdynamičtěji se rozvíjející oblastí národního hospodářství. Každý kdo se rozhodne vykonávat sportovní disciplínu, potřebuje vhodné vybavení, místo pro vykonávání sportu, přihlásit se do nějakého sportovního klubu či najmout si trenéra. Z těchto vyjmenovaných potřeb je zejména místo základem mé bakalářské práce, která se zabývá Sportovním zařízením města Jičín. Jedná se o příspěvkovou organizaci zaměřenou na provozování tělovýchovných a sportovních zařízení a poskytování tělovýchovných a sportovních služeb.

Územní samosprávné celky zřizují příspěvkové organizace podle zákona o rozpočtových pravidlech územních rozpočtů zpravidla pro zajišťování neziskových činností, a to pro takové činnosti v jejich působnosti, které jsou zpravidla neziskové a jejichž rozsah, struktura a složitost vyžadují samostatnou právní subjektivitu (InfoBanka výzkumu MMR, 2008). Město Jičín zřídilo tuto organizaci především pro efektivnější investování peněz města do jednotlivých sportovních zařízení a sportovních klubů a také pro zlepšení poskytovaných tělovýchovných a sportovních služeb.

Toto téma jsem si zvolil hlavně z důvodu, že již od narození bydlím v Jičíně, aktivně zde hraji za fotbalový klub a pravidelně navštěvuji různé sportovní akce. Dalším důvodem je zájem poznat organizaci Sportovní zařízení města Jičín nejen z pohledu občana a fotbalisty, ale také z pohledu manažera, který se snaží analyzovat a hodnotit jednotlivá zařízení.

1 Cíle

Hlavním cílem bakalářské práce je analyzovat ekonomiku, marketingové prostředí a technické zázemí příspěvkové organizace Sportovní zařízení města Jičín.

Dílčí úkoly:

- 1) Popsat vybavení a využití jednotlivých sportovišť organizace.
- 2) Prezentace nákladů a výnosů jednotlivých sportovišť za zvolený rok.
- 3) Shrnout výdaje města na sportovní zařízení za období 2006 - 2010.
- 4) Ekonomická analýza vybraného zařízení.
- 5) Rozbor a hodnocení organizace a sportovních areálů pomocí analýzy SWOT.

2 Jičín a sport

Pro zájemce o sport nabízí Jičín a jeho okolí v průběhu celého roku nepřeberné množství příležitostí. Na prvním místě je přirozeně turistika a cykloturistika s velkým výběrem značených cest a cyklotras. Pro držitele průkazu je to horolezectví v Prachovských skalách. Pro všechny pak možnost plavání v přírodních koupalištích či krytém bazénu, jízdy na koni, tenis, aerobik, kuželky, fotbal, v zimě atraktivní výlety na běžkách, bruslení, hokej.

2.1 Charakteristika města

Samotné město Jičín bylo založeno na půdě královských statků v rozmezí let 1297 – 1304. Svůj název Jičín pravděpodobně získal tím, že patřil královně Jitce (Jitčino město - Jičín). Největšího rozmachu dosáhl Jičín během panování Albrechta z Valdštejna, který ho v první polovině 17. století chtěl přeměnit za pomoci významných italských architektů na své sídelní město. Promyšleně budovaná rezidence se stala součástí vzácné raně barokní krajinné kompozice. Celé dílo nebylo bohužel kvůli Valdštejnově smrti dokončeno, přesto dodnes rozhodujícím způsobem určuje charakter města a okolí.

Dnes má Jičín 17 tisíc obyvatel a je správním, kulturně historickým a turistickým centrem oblasti. Z turistického hlediska je výchozí branou do Českého ráje a Prachovských skal.

2.2 Sport v Jičíně

Počátky tělovýchovného hnutí v Jičíně spadají do období šedesátých let 19. století, kdy zde vznikla tělocvičná jednota Sokol jako jedna z prvních v bývalých českých zemích. Od té doby uplynula řada let a tělovýchova prošla celou řadou úspěšných i méně úspěšných období a její současná podoba se v mnohém liší

od původních myšlenek zakladatelů. Vývojem prošla pochopitelně i tělovýchova jičínská s velmi bohatou tradicí.

Současná podoba tělovýchovy dává možnost výběru různých sportů, do kterých se mohou aktivně zapojit občané i návštěvníci města, a to bez rozdílu, zda chtějí sport provozovat závodně či rekreačně. Současně je na území města registrováno více než 30 sportovních klubů či oddílů (zahrnuta pouze registrace v ČSTV a ČOS) provozujících přes 25 odvětví sportu. Na prvních místech je zde kvůli dlouholeté tradici a dosaženým výsledkům házená a atletika. Veřejnosti jsou denně otevřena všechna sportoviště jako například tenisové kurty a Aqua centrum, pravidelné hodiny aerobiku, hřiště na plážový volejbal a mnoho dalších. Zapomenout pochopitelně nelze ani na akce s bohatou historií a tradicí, jakými beze sporu jsou březnový „Pochod Českým rájem“, prosincový „Mikulášský běh na Bradech“ či v nedaleké vesnici každoročně konané „Volejbalové Dřevěnice“. Z tohoto výčtu je patrné, že sport v Jičíně má hluboké kořeny a každý si zde může najít svůj aktivní druh zábavy a odpočinku. (R-INCON Int., 2010).

Zásluhu na propagaci sportu v Jičíně mají některé významné osobnosti zdejší tělovýchovy jako například Emanuel Bosák, Ilona Hlaváčková a další.

Významné osobnosti jičínské tělovýchovy

Emanuel Bosák (1924 - ?)

- profesor tělesné kultury na Univerzitě Karlově,
- dlouholetý činovník jičínské župy České obce Sokolské a atletického svazu IAAF,
- ministr mládeže a tělovýchovy ČSR,
- člen a významný zástupce Československého svazu tělesné výchovy a sportu,
- předseda Československého olympijského výboru (Bílková, 2004).

Ilona Hlaváčková (1977 - ?)

- plavkyně - znak 50 m a 100 m,
- několikanásobná mistryně Evropy,
- držitelka českých rekordů.

3 Sportovní zařízení města Jičín



Obr. 1. Sportovní zařízení města Jičín

Sportovní zařízení města Jičín bylo zřízeno jako příspěvková organizace. Jejím statutárním orgánem je ředitel, kterého jmenuje a odvolává rada města Jičína. Sídlo organizace se nachází v prostorách Aqua centra, které je součástí komplexu sportovišť na okraji města.

3.1 Příspěvková organizace

Příspěvková organizace je jednou z forem veřejného ústavu, právnickou osobou veřejného práva zřízenou k plnění úkolů ve veřejném zájmu.

V České republice upravuje základy právního postavení příspěvkových organizací zákon o rozpočtových pravidlech státu a zákon o rozpočtových pravidlech územních rozpočtů. O vzniku příspěvkové organizace vydává zřizovatel zřizovací listinu. Zřizovatel dále jmenuje a odvolává jejího ředitele, rozhoduje o jeho odměňování, může šetřit stížnosti směřující proti jeho osobě a provádět kontrolu hospodaření celé příspěvkové organizace (Příspěvatelé wikipedie, 2009).

Řízení neziskových a příspěvkových organizací funguje na stejných principech jako řízení firem v podnikatelské sféře. Strategické plánování, řízení, management,

marketing, public relations, akční plánování, to všechno jsou nástroje, které se dají využít. Existují však jistá specifika a rozdíly, které platí pro neziskové, přeneseně i pro příspěvkové organizace.

Největší rozdíl je v celkové strategii organizace a v jejích cílech, které chce daná organizace dosáhnout. To se nejvíce odráží v poslání, které by měla mít každá organizace, a to jak nezisková, tak i komerční. Od toho se pak odvíjí další fungování celé organizace. V neziskovém sektoru se jedná především o veřejnou prospěšnost, v byznysu naopak o vytváření zisku. Spíše by však mělo jít o synergii, kdy jeden sektor podporuje ten druhý a společně tak mohou přispět k lepšímu fungování celé společnosti (Marketing magazine, 2007).

3.2 Náplň činnosti a struktura organizace

Město zřídilo Sportovní zařízení města Jičín jako příspěvkovou organizaci, zejména za účelem poskytování tělovýchovných a sportovních služeb, provozování tělovýchovných a sportovních zařízení sloužících k regeneraci a rekondici. Dále pak pro masérské, rekondiční, regenerační služby a pro pořádání sportovních a kulturních akcí. K zabezpečení hlavního účelu příspěvkové organizace patří činnosti spojené s provozování městských sportovních zařízení svěřených do její správy jako například masérské služby, provoz sauny, plavecký výcvik, organizování sportovních soutěží, pořádání sportovních a kulturních akcí a sportovních kurzů.

Této organizaci je dále povolena doplňková činnost, provozována na základě živnostenského oprávnění, za účelem lepšího využití všech svých hospodářských možností a odbornosti svých zaměstnanců. Mezi tyto doplňkové činnosti patří specializovaný maloobchod, reklamní činnost a marketing, ubytovací služby, hostinská a také realitní činnost. Na všech úsecích své shora popsané činnosti jedná organizace svým jménem.

Management organizace se skládá z funkce ředitele, manažera a sekretářky a dále z vedoucích jednotlivých sportovních zařízení, ke kterým patří vnější a vnitřní sportovní areály, Aqua centrum a ubytovací zařízení.

3.3 Vnější a vnitřní sportovní areály

Vnější a vnitřní sportovní areály v Jičíně tvoří jeden velký městský komplex sportovišť. Všechna tato sportoviště jsou využívána především místními sportovními kluby a oddíly. K dispozici jsou však i k pronájmu běžným občanům a návštěvníkům města. Struktura těchto areálů je uvedena v jedné z následujících kapitol.

3.3.1 Historie sportovišť

Dříve než se většina sportovišť stala součástí velkého sportovního areálu v Lipách, byla rozmístěna po celém městě a jeho okolí nebo dokonce ještě neexistovala. Z počátku vznikala sportoviště především na základě potřeb občanů a vývoje jednotlivých sportů. Nejinak tomu bylo i v Jičíně. Rozvoj sportu ve městě zapříčinil postupně vznik jednotlivých sportovních oddílů a v důsledku toho i vznik nových sportovišť.

Za základy jičínského sportu můžeme považovat vybudování přírodního hřiště s centrální plochou pro cvičence a po obvodu vytyčenou první stabilní běžeckou dráhu se škvárovým povrchem. Toto hřiště se stalo od počátku oblíbeným a především kvalitním zázemím pro vznik a rozvoj jednotlivých sportů jako například atletika, odbíjená, házená či kopaná. Dalším místem kde se vyvíjel jičínský sport, byla jičínská sokolovna a tělocvičny místních škol. Zde nacházejí své zázemí především první nadšenci košíkové.

Důležitým mezníkem jičínského sportu se stal rok 1975, kdy došlo k otevření Sportovního areálu. Ten přinesl pro město Jičín a především pro místní sportovce v té době nevídané možnosti. Velká hala s tribunou, tělocvična, plavecký bazén atd., se po chvíli stali domovem mnoha místních klubů a oddílů. V následujících letech řešili představitelé města problém, týkající se nedostatku venkovních hřišť. Proto byl vedle Sportovního areálu dostavěn stadion a vybudováno několik kurtů na volejbal a tenis. Vybudováním těchto venkovních sportovních ploch byl v Jičíně vytvořen jedinečný komplex sportovišť (Tělovýchovná jednota Jičín, 2001).

3.3.2 Současná struktura a technické zázemí areálů

Tab. 1. Struktura sportovních areálů

VNĚJŠÍ SPORT. AREÁL	<p>Městský stadion v Lipách</p> <ul style="list-style-type: none">• dvě fotbalová hřiště,• atletický ovál a další sektory,• volejbalové a tenisové kurty,• beachové kurty,• víceúčelová hřiště,• hřiště pro házenou. <p>Externí hřiště</p> <ul style="list-style-type: none">• ledová plocha na zimním stadionu,• dvě víceúčelová venkovní hřiště s umělou trávou,• fotbalové hřiště v Popovicích,• skate park.
VNITŘNÍ SPORT. AREÁL	<p>Sportovní areálu v Lipách</p> <ul style="list-style-type: none">• sportovní hala a tělocvična,• judo sál s tatami,• zrcadlový sál pro aerobik,• herna stolního tenisu,• posilovna a solárium,• V.I.P. salonek. <p>IV. Základní škola</p> <ul style="list-style-type: none">• dvě tělocvičny.

Technické zázemí vybraných sportovišť

Sportovní hala

Nejdůležitější součástí Sportovního areálu v Lipách je sportovní hala. Tato hala s rozměry 45 × 22 m, nově položenou palubovkou, hledištěm pro 650 sedících diváků a V.I.P. salonkem představuje moderní vnitřní zařízení města, které je využíváno především pro tréninky a mistrovská utkání jičínského házenkářského, florbalového a basketbalového oddílu. Vedle toho je hala využívána i pro jednodenní či dvoudenní turnaje jiných halových sportů jako například sálový fotbal či judo.

Tělocvičny IV. ZŠ

Tělocvičny se nacházejí v centru města a jsou součástí IV. ZŠ. Tyto dvě malé, zastaralé a technicky nevyhovující tělocvičny prošly v roce 2009 celkovou rekonstrukcí. Nová palubovka, technické zázemí a tělocvičné nářadí vytváří z tělocvičen ideální prostředí především pro školní tělesnou výchovu, ale i pro zde organizovaná sportovní cvičení jako je například aerobik.

Hřiště s umělou trávou

Hřiště s umělou trávou třetí generace a osvětlením poskytuje především pro místní fotbalový klub jedinečnou možnost zimní přípravy. Toto hřiště využívají i jiná fotbalová mužstva neboť je jediné v širokém okolí.

Hřiště u III.ZŠ

V dubnu roku 2007 bylo pro potřeby školy a občanů vybudováno nové víceúčelové hřiště s umělým osvětlením, jehož součástí jsou:

- velké hřiště s umělou trávou (fotbal),
- malé hřiště s umělou trávou (tenis, házená, basketbal),
- plážový kurt pro beach volejbal,
- čtyř-dráha o délce 100 m a ovál 200 m,
- skok daleký a vysoký.

3.4 Aqua centrum

Dříve plavecký bazén, vybudovaný v roce 1975 jako součást sportovního areálu, byl v roce 2001 přestavěn v moderní Aqua centrum. Toto plavecké a oddechové centrum je dalším sportovním zařízením města, kde mohou všechny věkové kategorie trávit svůj volný čas.

Nachází se zde plavecký bazén, skokanský bazén, dětský bazén, dětské brouzdaliště, divoká řeka, tobogan, whirlpooly a parní komora. K dispozici jsou také sauny, solárium, masáže a pravidelně zde se cvičí aquaerobik. Při Aqua centru funguje i plavecká škola, která organizuje základní a zdokonalovací plavecký výcvik pro mateřské, základní a střední školy. Zajišťuje i kojenecké plavání a plavání těhotných.

V případě pěkného teplého počasí je otevřena venkovní opalovací plocha, kde jsou k dispozici lehátka a dvě pískoviště pro malé děti. Návštěvníci se mohou občerstvit v Algida baru.

3.4.1 Struktura

Aqua centrum můžeme rozdělit, vedle zázemí pro management a zaměstnance, na tyto části.

Bazény:

- plavecký bazén,
- dětský bazén,
- skokanský bazén,
- dětské brouzdaliště.

Atrakce:

- divoká řeka,
- tobogan,
- whirlpooly.

Regenerace:

- parní komora,
- masážní stůl,
- solárium,
- sauna,
- venkovní opalovací plocha,
- občerstvení Algida bar.

3.4.2 Aktivita Aqua centra

V Aqua centru jsou vedle vstupného, dalším finančním příjmem nabízené aktivity, mezi které patří poskytované služby a nabízené kurzy pro děti i dospělé.

Plavecká škola organizuje základní a zdokonalovací plavecký výcvik pro mateřské, základní a střední školy. Pořádá kurzy plavání pro rodiče a děti od 3 let, kurzy pro neplavce, hodiny aquaerobiku v hluboké vodě a v neposlední řadě i kojenecké plavání.

Aquaerobik probíhá ve skokanském bazénu s rozměry 10,5 × 6 m, hloubce 3,9 m a v maximálním počtu 14 cvičenců. Jedná se o formu aerobiku, kdy se cvičenec s nadlehčovacím pásem vznáší ve svislé poloze ve vodě a pomocí speciálních rukavic provádí jednoduché cviky bez potápění, při kterých zapojuje všechny svalové skupiny.

Mezi další nabízené aktivity a služby patří také masáže, sauny, solárium atd. (Sportovní zařízení města Jičín, 2006).

3.5 Ubytování

Ubytování v Jičíně nabízelo a v současnosti i nabízí sportovcům a oddílům poměrně široké možnosti. Dříve to byl především hotel Start, který je součástí Sportovního areálu, ale v současné době není v provozu. Dnes jsou to vedle hotelů v centru města a několika penzionů v okolí Jičína i dvě ubytovny přímo v komplexu Sportovního areálu v Lipách.

3.5.1 Historie hotelu Start

Na okraji města byla v roce 1975 dokončena výstavba Sportovního areálu. Součástí areálu je i hotel Start, který má sloužit jako ubytovací zařízení především pro sportovní oddíly a kluby.

V roce 1991 se hotel dostává do finančních potíží, a proto byl na základě této skutečnosti na pár let uzavřen. Až do roku 2005 se o provoz hotelu se střídá město Jičín s různými soukromými firmami. Do této doby byl hotel Start s kapacitou 120 lůžek, ve dvou až pětilůžkových pokojích, s přilehlou originální italskou pizzerií, se salonky pro 100 a 40 osob, s bowlingem a i díky přilehlým sportovištím ideálním místem pro sportovní soustředění, vzdělávací semináře a jiné skupinové akce tohoto typu. Od roku 2006 však není hotelový komplex opět využíván a město Jičín hledá vhodného nájemce či kupce.

3.5.2 Současné možnosti ubytování a poskytované služby

Sportovní zařízení města Jičín nemůže v současné době využít dříve tradiční formu ubytování v hotelu Start. Přesto i tak jsou nyní k dispozici celkem tři ubytovací zařízení. Jednoduché a levné ubytování nabízí nová ubytovna TJ. Po rekonstrukci má k dispozici 25 lůžek a společné, nově zrekonstruované sociální zařízení. Dalším zařízením je ubytovna Sport, kterou v listopadu 2007 převzala organizace Sportovní zařízení města Jičín do své správy. Tato ubytovna nabízí 17 míst plus 3 přistýlky.

K dispozici jsou 4 - 5 lůžkové pokoje s vlastním sociálním zařízením na pokojích a malá kuchyňka. Obě tyto ubytovny se nachází přímo v komplexu sportovišť.

Další možnost ubytování poskytuje chata Homole, která leží asi 7 km od Jičína v klidném lesním prostředí. Objekt má k dispozici 42 lůžek a pro větší skupiny je možné zajistit letní tábor ve stanech s podsadou. Součástí budovy je i společenská místnost s TV, moderně vybavená kuchyně a kiosek s občerstvením. Návštěvníci mají možnost různého sportovního vyžití, pěší či cyklistické výlety, koupání apod. Za příznivého počasí je pak možné využít přilehlá sportoviště (pískový kurt, zpevněné hřiště, hřiště na streetball).

Provoz chaty Homole je sezónní záležitostí v období měsíců březen – říjen. Chata je vhodná především pro sportovní soustředění, školy v přírodě, ale také i společenské či rodinné akce.

4 Hospodaření příspěvkové organizace

Příspěvková organizace hospodář s peněžními prostředky získanými vlastní (resp. hlavní) činností a s peněžními prostředky od jiných osob, především z rozpočtu svého zřizovatele. Zřizovatel poskytuje příspěvkové organizaci příspěvek na provoz v návaznosti na výkony nebo jiná kritéria jejích potřeb (Česká daňová správa, 2006). Výše příspěvku na provoz nebo úhrad podle jiných zákonů, jimiž příspěvková organizace zabezpečuje odměňování za práci svých zaměstnanců, má vliv na to, zda organizace odměňuje své zaměstnance platem, nebo mzdou (Česká daňová správa, 2006).

Příspěvkové organizace dále hospodář s prostředky svých peněžních fondů, které tvoří a používají v souladu s platnými předpisy, a to s finančními prostředky rezervního fondu, investičního fondu, fondu odměn a fondu kulturních a sociálních potřeb. Zůstatky těchto peněžních fondů, které představují zvláštní mimorozpočtové fondy, převádí příspěvková organizace na konci roku do roku následujícího k dalšímu použití.

5 Marketing

„Marketing je proces řízení, jehož výsledkem je poznání, předvídání, ovlivňování a v konečné fázi uspokojování potřeb a přání zákazníků efektivním a výhodným způsobem zajišťujícím splnění cílů organizace.“

Marketing má svůj původ ve skutečnosti, že lidé jsou individuality a s potřebami a požadavky. Potřeby a požadavky vytvářejí stav nepohodlí. Tento stav je pak řešen získáváním výrobků či služeb, které tyto potřeby a požadavky uspokojují (Dědková a Honzáková, 2006).

5.1 Marketing v tělesné výchově a sportu

Marketing sportu proniká z oblasti hospodářství do oblasti tělesné výchovy a sportu, kde je uplatňován klasickou cestou ve firmách vyrábějících sportovní zboží a nabízející tělovýchovné služby. Své uplatnění nachází ve sportovních svazech, klubech, oddílech a dalších subjektech tělovýchovného a sportovního hnutí.

Co přináší marketing tělesné výchově a sportu? Následující tabulka naznačuje, jak marketing pozitivně a negativně působí na tělovýchovu a sport.

Tab. 2. Pozitiva a negativa marketingu v tělesné výchově a sportu

Pozitiva	Negativa
<ul style="list-style-type: none"> • Ujasňuje, komu je určena nabídka TV a sportovních produktů. 	<ul style="list-style-type: none"> • Finance diktují, co má TV a sport dělat.
<ul style="list-style-type: none"> • Diferencuje nabídku TV a sportovních produktů na činnosti, které mohou přinést finanční efekt a které nikoliv. 	<ul style="list-style-type: none"> • Pozice financí nerespektuje TV a sportovní odbornost
<ul style="list-style-type: none"> • Promýšlí propagaci TV a sportu. 	<ul style="list-style-type: none"> • Marketing vede ke gigantománii sportu, smluvní vázanost na sponzory omezuje svobodnou volbu.
<ul style="list-style-type: none"> • Určuje proporcionalitu a prioritu dosažení cílů v rovině cílů ekonomických, sportovních, sociálních. 	<ul style="list-style-type: none"> • Dosažení určité úrovně sportovního výkonu může vést k používání zakázaných podpůrných prostředků.
<ul style="list-style-type: none"> • Získává doplňkové finanční zdroje, které umožňují rozvoj neziskových aktivit. 	<ul style="list-style-type: none"> • Show (zaměřenou např. na reklamu).

Zdroj: Čáslavová (1995)

Naznačený pohled, vnesený do tělesné výchovy a sportu z pozic ekonomie, vyjadřuje pozitiva i negativa. Rozhodně však umožňuje tělesné výchově a sportu strukturalizovat a precizovat nabídku jejich produktů, dovoluje koncipovat řízení

podle priority a hierarchie cílů a určuje kombinaci nástrojů, kterými lze daných cílů dosáhnout. To vše v operativní i strategické formě. Celkově lze říci, že neziskovým organizacím při opatřování finančních zdrojů umožňuje marketing argumentovat logickým účelově zaměřeným vynakládáním těchto zdrojů (Čáslavová, 1995).

5.2 Marketing v příspěvkové organizaci

Marketing má svůj význam i pro neziskovou nebo příspěvkovou organizaci. V neziskových a příspěvkových organizacích v rámci marketingu platí stejné zásady jako v komerční sféře. Cílem je spokojenost zákazníka. Správně řízená nezisková nebo příspěvková organizace také nabízí výrobky nebo služby a tyto produkty sama "vyrábí". Neziskové a příspěvkové organizace mají oproti byznysu ještě jeden nástroj navíc a tím je fundraising (Marketing magazine, 2007).

5.2.1 Fundraising

Fundraising je získávání financí pro fondy, nadace a projekty od firem, donátorů a sponzorů. Získávat finance prostřednictvím fundraisingu v praxi znamená, prezentovat poslání organizace a přesvědčovat potencionální dárce a sponzory. Kdybychom se zamysleli, zjistíme, že i ve fundraisingu jde o prodej - prodej poslání organizace.

A tak se dá konstatovat, že pro zdravý rozvoj organizace musí neziskové i příspěvkové organizace zvládnout jak marketing, tak i fundraising. Marketing směrem ke svým zákazníkům - klientům, kteří konzumují jejich výrobky nebo služby. Fundraising pak v komunikaci s investory - dárce a sponzory. Těmi mohou být nejen firmy, ale také ministerstva, krajské a obecní úřady a také každý z nás jako individuální dárce.

Ve fundraisingu mají neziskové a příspěvkové organizace k dispozici paletu metod, které mohou využít při získávání finančních prostředků na svůj provoz a projekty. Jde nejčastěji o pořádání veřejných sbírek, benefičních akcí a aukcí, pořádání kampaní, oslovení individuálních a firemních dárců prostřednictvím direct mailu, telefonu nebo předloženého projektu na osobní schůzce. Dále sem patří psaní žádostí o dotace a granty, ale také odkazy ze závěti. Fundraising je v zásadě souhrn

činností, které se pohybují někde mezi marketingem a public relations. Proto při realizaci fundraisingu je třeba dodržovat zásady, které platí v obou jmenovaných procesech (Marketing magazine, 2007).

5.2.2 Public relations

Asi nelze určit, zda je pro neziskovou organizaci důležitější marketing, fundraising nebo public relations (PR). Public relations je v komerční sféře často považován za nástroj marketingu v rámci marketingového mixu jako podpora prodeje. Z pohledu neziskové i příspěvkové organizace má PR daleko větší význam. Marketing ani fundraising nemůže úspěšně provozovat organizace, která není v očích dárců a veřejnosti důvěryhodná. Klíčovou podmínkou úspěchu je důvěryhodná značka organizace. Bez ní nelze plánovat úspěšný rozvoj organizace a její dlouhodobou udržitelnost. Paradoxně by se dalo říci, že neziskové organizace více času, financí a energie investují do fundraisingu a public relations relativně upozadují. V praxi se nechá vysledovat, že pravděpodobně nejvíce je "zanedbávána" firemní kultura a veškeré další nástroje public relations jsou smršťovány do komunikace s médii. Svět médií je často pro neziskové organizace, které předpokládají, že novináři ocení jejich veřejnou prospěšnost, tvrdým oříškem. I tady, jako ve fundraisingu a marketingu, jde o umění. V tomto případě o umění, jak médiím a zákazníkům nabídnout nové, aktuální a zajímavé zprávy. I to je dovednost, bez které by se neziskové a příspěvkové organizace neměly obejít (Marketing magazine, 2007).

5.3 Marketingové prostředí

Vycházíme-li z toho, že žádný podnik nemůže existovat v absolutním osamocení, je jasné, že je obklopen prostředím, které jistým způsobem na tento podnik působí a ovlivňuje jeho chování. Chce-li být podnik úspěšný, pak musí všechny tyto vlivy analyzovat, využívat jich a tedy přizpůsobit chování jak současnému, tak i očekávanému vývoji prostředí, v němž existuje.

Pod pojmem marketingové prostředí si můžeme představit vlivy a síly, které působí na trhy a marketing firmy. Přesněji řečeno marketingové prostředí

společnosti zahrnuje aktéry a síly, které ovlivňují schopnost firmy rozvíjet se a udržovat úspěšné transakce a vztahy se svými cílovými zákazníky. Samotné marketingové prostředí lze dále členit na mikroprostředí a makroprostředí (Dědková a Honzáková, 2006).

5.3.1 Mikroprostředí

Do mikroprostředí patří vlivy, které bezprostředně ovlivňují možnost podniku realizovat svou hlavní funkci tj. uspokojovat potřeby svých zákazníků. Proto do mikroprostředí patří jako základní prvek sám podnik, jeho zákazníci, dodavatelé a distribuční cesty, které jsou představovány marketingovými prostředníky. K vnějšímu mikroprostředí patří veřejnost a také jeho konkurence.

Mikroprostředí zahrnuje nejbližší účastníky společnosti, kteří ovlivňují schopnost firmy obsluhovat své trhy. Dobrý vztah k zákazníkům dobré jméno podniku a jeho dobrá pozice na trhu jsou podmíněny trvalým úsilím podnikového vedení o výrobu kvalitního zboží, poskytováním komplexních služeb, inovacemi a seriózním informováním (Dědková a Honzáková, 2006).

5.3.2 Makroprostředí

Makroprostředí tvoří širší rámec, v němž aktivity firmy probíhají. Jedná se o vztahy firmy ke společnosti, změnám sociálním i technickým, stavu a metodám řízení hospodářství.

Firma, její dodavatelé, zprostředkovatelé, zákazníci operují v širším makroprostředí sil a trendů. Tyto síly vytvářejí příležitosti a hrozby pro firmu a představují to “nekontrolovatelné“, co musí firma sledovat a na co musí reagovat. V rámci rychle se měnícího celosvětového prostředí musí firmy nepřetržitě sledovat vývoj demografických, ekonomických, přírodních, politických, technologických, právních, kulturních a sociálních vlivů (Dědková a Honzáková, 2006).

5.4 Metody marketingového výzkumu

Metody zjišťování můžeme rozdělit do dvou skupin, a to *primární a sekundární*. Do primární skupiny můžeme zařadit pozorování, dotazování, experimentování a tzv. panel. Do sekundární skupiny pak zjišťování interní a externí. Výsledky, kterých dosáhneme, závisí nejen na zvolené technice, metodě výzkumu, ale také na výběru odpovídajícího vzorku.

V podstatě rozeznáváme opět dvě možnosti výběru. Výběr *reprezentativní*, který může být ještě dále diferencován jako úplný výběr, náhodný výběr, kvótní výběr a výběr *nereprezentativní*, který využívá dvou možností, a to metodu vhodného úsudku (kdy předpokládáme na základě určitých indicií, že určitý subjekt by se mohl stát například našim klientem, pak ho kontaktujeme a zjišťujeme jeho přání, požadavky atd.) a metodu vhodné příležitosti (kdy využijeme jiné příležitosti, například porady, k provedení výzkumu).

6 Hospodaření příspěvkové organizace SZMJ

Sportovní zařízení města Jičína (SZMJ) je rozděleno do šesti hospodářských středisek - Aqua centrum, venkovní sportoviště, Sportovní hala, zimní stadion, chata Homole a ubytovna SPORT. Tato hospodářská střediska předkládají organizaci svůj rozpočet pro daný rok, kde jsou uvedeny výnosy a náklady hlavní a vedlejší činnosti. Návrh rozpočtu SZMJ se stane součástí celkového rozpočtu města. Ten se po posouzení finanční komisí a městskou radou předkládá ke schválení městskému zastupitelstvu. Za kontrolu příjmů a výdajů zodpovídá ředitel zařízení, který je povinen za každé čtvrtletí roku vypracovat rozbor hospodaření sportovního zařízení. Tento rozbor musí obsahovat plnění ukazatelů své činnosti i finančního plánu příjmů a výdajů se schváleným rozpočtem města a obsahuje i přehled investičních akcí a pořízení investic.

6.1 Výdaje města na sportovní zařízení

V této kapitole je řešena problematika výdajů, příspěvků města na sportovní zařízení. Každý rok město Jičín přispívá určitou částkou na provoz sportovních zařízení a na rozvoj jednotlivých oddílů.

Termín příspěvek vyjadřuje z pohledu veřejných financí, že jde o transfer, kterým se z daného veřejného rozpočtu pouze přispívá na financování nákladů spojených s činností příspěvkové organizace, neboť příspěvková organizace získává vlastní příjmy.

V následující tabulce jsou uvedeny výdaje, příspěvky města na jednotlivá sportovní zařízení včetně výdajů na granty a udělované ceny ze schváleného rozpočtu města za období 2006 – 2010.

Tab. 3. Výdaje města na sport v Kč za období 2006 - 2010.

Položka	Rok				
	2006	2007	2008	2009	2010
Aqua centrum	5 837 000	6 900 000	7 100 000	7 182 000	6 094 500
Sportovní hala	1 621 000	1 715 250	1 468 500	1 421 000	1 337 400
Venkovní sportoviště	1 707 000	1 581 250	1 796 500	1 737 000	1 633 900
Zimní stadion	890 000	1 630 000	1 507 500	1 245 000	1 171 600
Ostatní investice a provozní výdaje SZMJ	7 093 000	4 800 000	7 579 000	5 118 000	1 840 000
Celkové výdaje pro SZMJ	17 148 000	16 626 500	19 451 500	16 703 000	12 077 400
Nákup cen - Sportovec města	7 000	7 000	7 000	7 000	20 000
Granty na sportovní aktivity	1 000 000	1 000 000	1 000 000	1 300 000	1 240 000
Celkové výdaje na sport	18 155 000	17 633 500	20 458 500	18 010 000	13 337 400

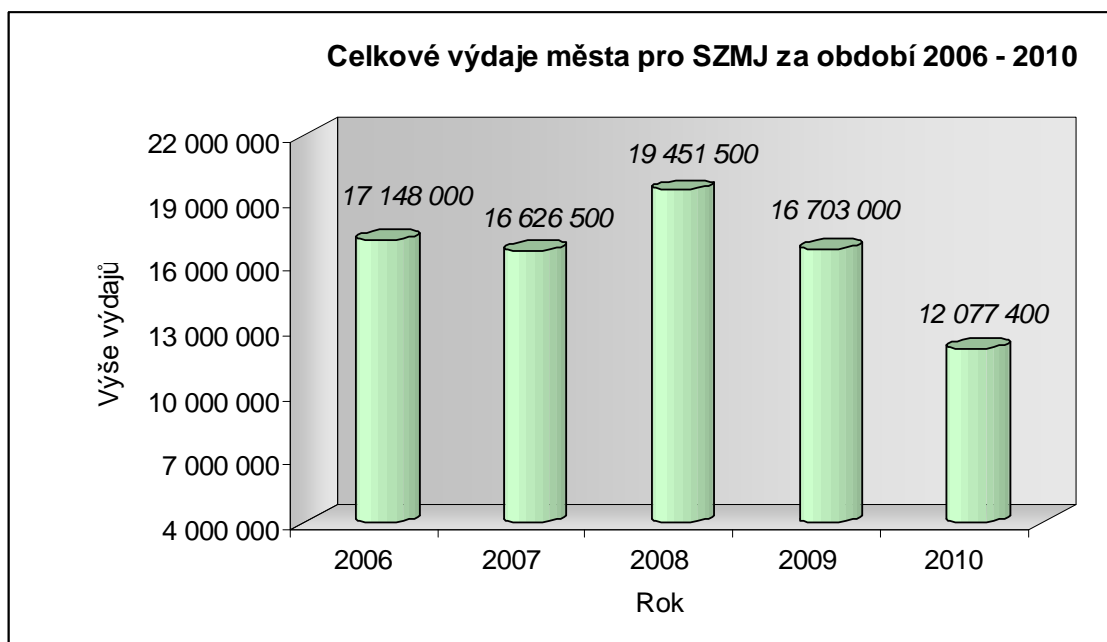
Z výše uvedené tabulky lze konstatovat, že pro tento rok město výrazně snížilo své výdaje na sport. Důvodem poklesu výdajů je menší rozsah plánovaných rekonstrukcí a investic do sportovního zařízení. Konkrétně se letos počítá pouze s rekonstrukcí zimního stadionu. V minulých letech probíhaly finančně náročné rekonstrukce bazénu, výstavba šaten u hřiště házené, pokládání umělých povrchů na atletickém ovále, fotbalovém hřišti a Matějкова cvičišti a zpracování projektů pro zastřešení zimního stadionu.

Ve výši příspěvku na provoz SZMJ dominuje Aqua centrum, které má vysoké náklady na provoz (viz. Tab. 4. Náklady, výnosy a výsledek hospodaření v Kč jednotlivých zařízení za rok 2008. z důvodu velké energetické spotřeby.

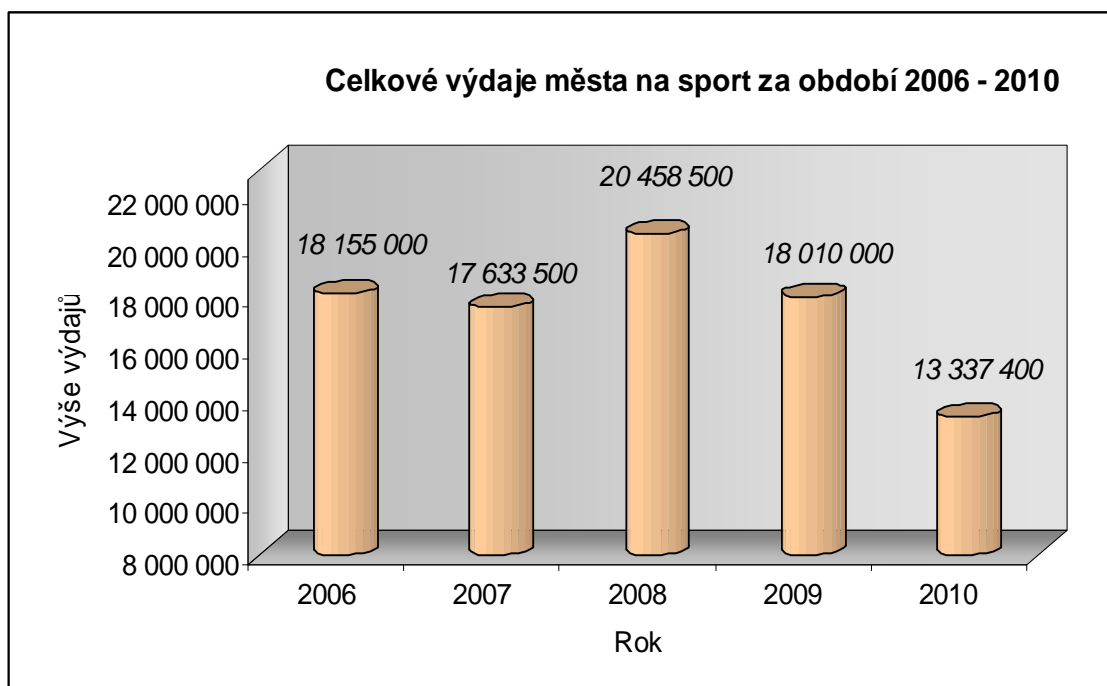
Město Jičín podporuje sport všeobecně. Má definovanou grantovou politiku a každý rok se vyhlašuje soutěž Sportovec města Jičína, pro kterou město financuje nákup cen pro oceněné sportovce.

Následující grafy znázorňují celkové výdaje, příspěvky města organizaci SZMJ resp. celkové výdaje města na sport za období 2006 - 2010 (viz Tab. 3. Výdaje města na sport v Kč za období 2006 - 2010.).

Graf 1. Celkové výdaje města pro SZMJ v Kč za období 2006 - 2010



Graf 2. Celkové výdaje města na sport za období 2006 - 2010



6.2 Náklady a výnosy jednotlivých zařízení za rok 2008

Náklady a výnosy ovlivňují hospodářský výsledek účetní jednotky. Proto je nutné sledovat vývoj nákladů a výnosů, a to nejen v celkovém úhrnu, ale i v podrobném členění. Náklady lze charakterizovat jako peněžní vyjádření spotřeby práce, která byla vynaložena v souvislosti s činností účetní jednotky. Výnosy jsou výkony účetní jednotky.

V následující tabulce jsou shrnuty náklady a výnosy jednotlivých sportovních zařízení za vybraný rok 2008. Pod náklady sportovišť se skrývá například spotřeba materiálu, spotřeba energie, mzdové náklady, opravy a udržování atd. Pod výnosy můžeme najít tržby za zboží a služby jednotlivých sportovišť. Poslední řádek tabulky ukazuje rozdíl mezi náklady a výnosy, tedy výsledek hospodaření jednotlivých zařízení.

Tab. 4. Náklady, výnosy a výsledek hospodaření v Kč jednotlivých zařízení za rok 2008.

	Aqua centrum	Venkovní sportoviště	Vnitřní sportoviště	Ubytování
Náklady	18 866 000	4 284 614	2 677 710	2 132 758
Výnosy	18 920 718	4 577 053	2 411 121	1 683 540
Výsledek hospodaření	54 718	292 439	- 266 589	- 449 218

6.3 Analýza bodu zvratu

Analýza bodu zvratu zkoumá vztahy mezi základními ekonomickými veličinami. Těmito veličinami jsou zisk (Z), náklady (N), objem výroby (Q), ceny produkce (p) a tržby (T). Bod zvratu (BZ) vzniká pokud se celkové tržby rovnají celkovým nákladům a odvodí se z následující nákladové funkce (Synek, 2007):

$$T = N$$

$$p \cdot q = F + b \cdot q$$

$$q(BZ) = \frac{F}{p - b}$$

kde:

T.....celkové tržby

N.....celkové náklady

p.....cena za jednotku

q.....množství poskytnutých služeb

F.....fixní náklady

b.....variabilní náklady na jednotku

Bod zvratu je možné odvodit i z průměrných veličin ze vztahu:

$$p \cdot q = F + b \cdot q$$

$$p = \frac{F}{q} + b$$

Z této rovnice vyplývá, že bodu zvratu je dosaženo, když se cena rovná průměrným nákladům.

Dále je možné zjistit bod zvratu pomocí příspěvku na úhradu fixních nákladů a zisku (ú), který vzniká jako rozdíl mezi cenou poskytované služby a jejími variabilními náklady:

$$ú = p - b$$

$$\text{nebo } ú = \frac{F}{q} \quad (\text{vychází z rovnice } p \cdot q = F + b \cdot q)$$

Bodu zvratu je dosaženo, pokud příspěvek na úhradu fixních a zisku rovná fixním nákladům připadající na jednotku produkce.

Podniky neustále usilují o dosažení zisku, proto se snaží, aby jejich produkce nebyla ztrátová. Stanoví si proto předpokládaný minimální zisk (Z_{\min}) a ten se zahrne do vzorce pro výpočet bodu zvratu:

$$BZ = \frac{F + Z_{\min}}{p - b} \quad (\text{vychází ze vztahu } T = F + bq + Z_{\min})$$

Z tohoto vzorce podnik zjistí předpokládaný objem produkce, aby bylo dosaženo předpokládaného minimálního zisku.

6.3.1 Analýza bodu zvratu Aqua centra Jičín

Pro analýzu bodu zvratu jsem vybral konkrétní sportovní zařízení - Aqua centrum. Zařízení jsem zvolil proto, že jako jediné eviduje roční návštěvnost a má stanovený ceník vstupného. Jak již bylo uvedeno v kapitole 3.4.1, v objektu Aqua centra se nachází plavecký bazén, skokanský bazén, dětský bazén, dětské brouzdaliště, divoká řeka, tobogan, whirlpooly a parní komora. Každá vyjmenovaná atrakce a bazén je velmi energeticky náročné zařízení na vodu, teplo a elektrickou energii. Aqua centrum je otevřeno 360 dní v roce 12 hodin denně.

Výpočet bodu zvratu

Pro výpočet bodu zvratu je nutné stanovit celkové fixní náklady, průměrnou cenu za vstup a průměrné variabilní náklady na jednoho návštěvníka Aqua centra. Výpočty jednotlivých proměnných jsou uvedeny v následujících tabulkách.

V Tab. 5. je uveden přehled nákladů a návštěvnosti Aqua centra za období 2005–2009. Jsou zde vypočteny průměrné roční variabilní, fixní a celkové náklady za uvedené období a stanoveny průměrné variabilní náklady na 1 návštěvníka.

Tab. 5. Přehled nákladů a návštěvnosti za období 2005 – 2009.

Rok	Náklady (v Kč)			Návštěvnost (v osobách)	Variabilní náklady na 1 návštěvníka (v Kč)
	Variabilní	fixní	celkem		
2005	3 000 250	11 179 750	14 180 000	204 352	14,68
2006	3 639 000	11 793 600	15 432 600	200 111	18,18
2007	3 830 000	13 388 000	17 218 000	199 262	19,22
2008	3 454 000	14 301 500	17 755 500	198 522	17,40
2009	4 070 000	14 612 000	18 682 000	195 727	20,79
Celkem	17 993 250	65 274 850	83 268 100	997 974	x
Průměr za rok	3 598 650	13 054 970	16 653 620	199 594,8	18,03

V Tab. 6. je proveden výpočet průměrné ceny za vstup do Aqua centra pomocí průměrných výnosů a návštěvnosti za rok.

Tab. 6. Výpočet průměrné ceny za vstup do Aqua centra.

Rok	Výnosy (v Kč)	Návštěvnost (osoby)	Průměrná cena (v Kč)
2005	9 170 000	204 352	45
2006	9 500 000	200 111	47
2007	10 050 000	199 262	50
2008	10 650 000	198 522	54
2009	11 400 000	195 727	58
Celkem	50 770 000	997 974	x
Průměr za rok	10 154 000	199 594,8	51

Výpočet:

$$F = 13\,054\,970 \text{ Kč}$$

$$p = 51 \text{ Kč/1 návštěvník}$$

$$b = 18,03 \text{ Kč/1 návštěvník}$$

$$q(BZ) = \frac{13.054.970}{51 - 18,03} = 395\,962,46 \doteq \underline{\underline{395\,963 \text{ návštěvníků}}}$$

$$\text{Celkem tržby} = 395\,962,46 \cdot 51 \doteq \underline{\underline{20\,194\,085 \text{ Kč}}}$$

kontrola:

celkové tržby (T) = celkové náklady (N)

celkové náklady = $13\,054\,970 + (395\,962,46 \cdot 18,03) = 20\,194\,085 \text{ Kč}$

$20\,194\,085 = 20\,194\,085$

Vypočtený bod zvratu říká, že Aqua centrum bude ztrátové do té doby, než zařízení nenavštíví ročně minimálně 395 963 návštěvníků. Tomu odpovídají tržby ve výši 20 194 085 Kč. Pokud zařízení navštíví více jak 395 963 návštěvníků, Aqua centrum se stává ziskové.

Bod zvratu lze vypočítat i pomocí průměrných veličin (p) a příspěvku na úhradu fixních nákladů a zisku (ú).

$F = 13\,054\,970 \text{ Kč}$,

FN na 1 návštěvníka (f) $\doteq 65,4 \text{ Kč/1 návštěvník}$ ($13\,054\,970/199\,594,8$)

$q = 199\,594,8 \text{ návštěvníků}$

$b = 18,03 \text{ Kč/1 návštěvník}$

$$p = \frac{13.054.970}{199.594,8} + 18,03 = \mathbf{83,44 \text{ Kč}}$$

kontrola: $p = f + b$, $65,4 + 18,03 = \underline{83,44 \text{ Kč}}$

$ú = 83,44 - 18,03 \doteq \mathbf{65,4 \text{ Kč}}$

kontrola: $ú = f$, $65,4 = 65,4$

Bodu zvratu je dosaženo pokud bude průměrná cena 83,44 Kč a příspěvek na úhradu fixních nákladů a zisku bude 65,4 Kč. Pokud budou tyto veličiny vyšší než bod zvratu organizace bude zisková.

Srovnání skutečné výše výnosů a vypočteného bodu zvratu

Pro představu hospodaření Aqua centra porovnáme skutečné výnosy s vypočteným bodem zvratu ve výši **20 194 085 Kč**.

Následující tabulka udává přehled skutečných výnosů, nákladů a hospodářského výsledku Aqua centra za období 2005 – 2009.

Tab. 7. Přehled skutečných výnosů, nákladů a hospodářského výsledku Aqua centra v Kč.

Položka	Rok				
	2005	2006	2007	2008	2009
Celkové výnosy	9 170 000	9 500 000	10 050 000	10 650 000	11 400 000
Celkové náklady	14 180 000	15 432 600	17 218 000	17 755 500	18 682 000
Hospodářský výsledek	- 5 010 000	- 5 932 600	- 7 218 000	- 7 105 500	- 7 282 000

Z uvedené tabulky lze konstatovat, že Aqua centrum po celé sledované období hospodaří pod bodem zvratu, což znamená, že je dlouhodobě ztrátové a plně závislé na provozní dotaci od zřizovatele ve výši rozdílu mezi výnosy a náklady.

Ztrátovost Aqua centra bych řešil větší aktivitou v oblasti marketingu, kde bych se především snažil o větší propagaci zařízení, a to nejen v Jičíně a okolí. Další řešení ztrátovosti spatřuji ve snižování nákladů a to např. nalezením levnějších dodavatelů, strojů, náradí či prostředků, které jsou v zařízení využívána.

7 SWOT analýza

Analýza SWOT je jednou ze základních marketingových analýz. Úspěšná aplikace vhodné strategie je závislá na tom, jak firma dokáže zhodnotit silné a slabé stránky a identifikovat vhodné příležitosti a hrozby (Vymlátilová, 2007).

S - Strengths – silné stránky

W - Weaknesses – slabé stránky

O - Opportunities – příležitosti

T - Threats – ohrožení (hrozby nebo rizika)

SW – silné a slabé stránky vyjadřují počet těchto dvou vnitřních faktorů zkoumaného jevu, objektu, instituce atd. Jsou uspořádány formou stručných vět v posloupnosti podle váhy dané silné nebo slabé stránky.

Už sám proces hledání, nalézání a uspořádávání jednotlivých silných či slabých stránek organizace, firmy, zákazníka, konkurence atd., tedy všech možných objektů, na které je možné metodu analýzy SWOT aplikovat, znamená pro zpracovatele této tabulky proces uvědomování si těchto silných a slabých stránek. Další pozitivní funkce tohoto nástroje analýzy spočívá v hledání a uvědomování si závažnosti dané stránky. Tyto dva aspekty jsou důležité pro pozdější připravenost analytika (a jeho prostřednictvím pak manažerů) na možný budoucí vývoj zobrazovaného jevu.

OT – příležitosti a hrozby představují vnější faktory zkoumaného jevu. Pojem „příležitosti“ je pak spjat s tzv. „ošatkou“ (nebo také někdy „zásobníkem“) příležitostí, který si marketingoví pracovníci vypracovávají jako možnost pro budoucnost. Nové tipy, nové adresy, nové možnosti – to je soupiska, zásobník možných příležitostí v budoucnosti.

Analýza SW naší organizace například znamená formulaci odpovědí na tyto otázky:

- kdo jsme,
- co chceme,
- co umíme,
- čím se lišíme od jiných,
- co máme k dispozici,
- co můžeme získat,
- jak se známe atd.

Analýza OT znamená odpovědi na tyto možné otázky:

- kdo jsou a mohou být naši dodavatelé?
- kdo jsou naši odběratelé?
- kdo je naše konkurence?
- kdo je naše veřejnost atd.?

Podrobný rozpis odpovědí na tyto a podobné otázky umožňuje analytikovi jasně vymezit pozici a možný vývoj analyzovaného jevu. Metoda SWOT patří mezi základní pomůcky marketingových útvarů a provádí se nejen při analýze vlastní firmy, ale je velmi rozšířeným analytickým nástrojem i pro posuzování a hodnocení jednotlivých zákazníků nebo konkurenčních firem (Kotíková a Zlámal, 2006).

Na základě interní a externí analýzy (viz kapitola 5.4 Metody marketingového výzkumu) je v následujících kapitolách provedena analýza SWOT na jednotlivá zařízení včetně samotné organizace SZMJ. V bodech jsou zde vypsány silné a slabé stránky a vystiženy příležitosti a hrozby. Poté je u každého z analyzovaných zařízení popsán jeden vybraný bod.

7.1 Organizace SZMJ

SILNÉ STRÁNKY:

- monopolní postavení v okrese
- sídlo v komplexu sportovišť
- úzká spolupráce s městem
- kvalitní údržba sportovišť
- nabídka organizovaných cvičení pro veřejnost
- široké spektrum sportovišť
- webové stránky

SLABÉ STRÁNKY

- marketingová komunikace
- závislost na dotacích od zřizovatele
- zhoršující se hospodářský výsledek
- chybějící restaurační zařízení ve sportovním areálu

PŘÍLEŽITOSTI

- rozšíření služeb na jednotlivých sportovištích
- znovuoobnovení chodu hotelu Start
- použití nových marketingových nástrojů
- nalezení nových sponzorů
- získání dotací na rekonstrukce a výstavbu sportovních zařízení

HROZBY

- klesající zájem o nabízené služby díky finanční krizi,
- nedostatek finančních prostředků,
- nabídka organizovaných cvičení a relaxačních programů soukromých zařízení,
- menší zájem o sport zejména u mladé generace.

Z analýzy SWOT organizace SZMJ bych doporučil organizaci zaměřit se na nové příležitosti, zejména na použití nových marketingových nástrojů. Marketingových nástrojů, které by vedly ke zvýšení návštěvnosti a oblíbenosti místních sportovišť. Jednalo by se především o různé bonusy, výhodné permanentky, slevy atd. Velké množství těchto výhod a bonusů najdeme pro návštěvníky pouze na jednotlivých sportovištích jako je například Aqua centrum, proto bych organizaci navrhl zavedení nových permanentek, bonusů atd., které by zahrnovali více sportovišť. Znamenalo by to využít kombinaci vstupů na jednotlivá sportoviště s určitými výhodami. Například permanentka na deset vstupů do bazénu by obsahovala i dva vstupy zdarma na beach volejbal a naopak. Dále třeba variantu 1plus1 tedy např. jedna hodina tenisu plus jedna hodina v bazénu zdarma.

Myslím si, že tento nový marketingový prvek by mohl přilákat více návštěvníků na jednotlivá sportoviště a tím i více financí ze zaplacených vstupů.

7.2 Venkovní sportoviště

SILNÉ STRÁNKY:

- většina sportovišť v jednom komplexu
- fotbalové hřiště s umělým trávnickem a osvětlením
- moderní povrch atletického oválu
- rekonstrukce atletických sektorů
- dvě víceúčelová hřiště s umělou travou
- skate park
- občerstvení na stadionu v Lipách

SLABÉ STRÁNKY

- nezastřešený zimní stadion
- chybí nafukovací tenisová hala
- nekvalitní betonový povrch na tenisovém kurtu se zdí
- zastaralé venkovní šatny

PŘÍLEŽITOSTI

- modernizace zimního stadionu
- přilákání nových sportovních odvětví
- pořádání různých sportovních akcí

HROZBY

- konkurenční venkovní sportoviště
- vandalismus

U venkovních sportovišť bych rád popsal jednu ze silných stránek, ke kterým patří umístění všech sportovišť v jednom velkém komplexu

Jedná se o jedinečný komplex sportovišť, který se nachází na Městském stadionu v Lipách. Dominantou je zde fotbalový stadion s tartanovou atletickou dráhou a sektory. V těsné blízkosti navazují tenisové a volejbalové kurty, za nimi fotbalové a házenkářské hřiště s umělým povrchem a osvětlením. Mezi těmito sportovišti pak najdeme, bohužel již chátrající kabiny, které poskytují zázemí jednotlivým sportovcům a oddílům. Najedeme zde také občerstvení, které poskytuje návštěvníkům kvalitní odpočinek po sportovním výkonu.

Tento celý komplex navíc sousedí s Aqua centrem, Sportovní halou, kuželkárnou a dalšími vnitřními sportovními zařízeními, která mohou poskytnout při změně počasí sportovcům i návštěvníkům různé možnosti sportovního vyžití.

7.3 Vnitřní sportoviště

SILNÉ STRÁNKY

- sportovní hala s novou palubovkou
- snadná dostupnost
- nízká cena vstupného do posilovny
- nové tělocvičny na IV.ZŠ

SLABÉ STRÁNKY

- malá tělocvična pro Judo
- vysoké náklady na provoz a údržbu (viz Tab. 4.)

PŘÍLEŽITOSTI

- zlepšení technického zázemí
- modernizace vybavení

HROZBY

- konkurenční zařízení
- vandalismus

Do slabých stránek vnitřních sportovišť města jsem dle poskytnutých informací a dokumentů (viz Tab. 2.) zařadil vysoké náklady na provoz a údržbu. Je-li totiž u některého ze zařízení rozdíl mezi výnosy a náklady kladný, znamená to pro příspěvkovou organizaci částku, kterou si ponechává a může ji dále investovat. Proto je i z tohoto hlediska položka nákladů důležitá a její snižování, tak může vést k možnosti dosáhnout kladného výsledku hospodaření.

7.4 Aqua centrum

SILNÉ STRÁNKY

- jediné centrum v jičínském okrese
- poloha na okraji města v areálu sportovišť
- bazény a atrakce
- dětské brouzdaliště
- venkovní opalovací plocha
- nabízené kurzy a služby
- prosklené hlediště
- vstupné

SLABÉ STRÁNKY

- marketingová komunikace
- pouze dvě závodní dráhy
- občerstvení – málo zboží
- hloubka plaveckého bazénu

PŘÍLEŽITOSTI

- zvýšení turismu
- nové pohybové aktivity
- kvalitnější nabídka občerstvení

HROZBY

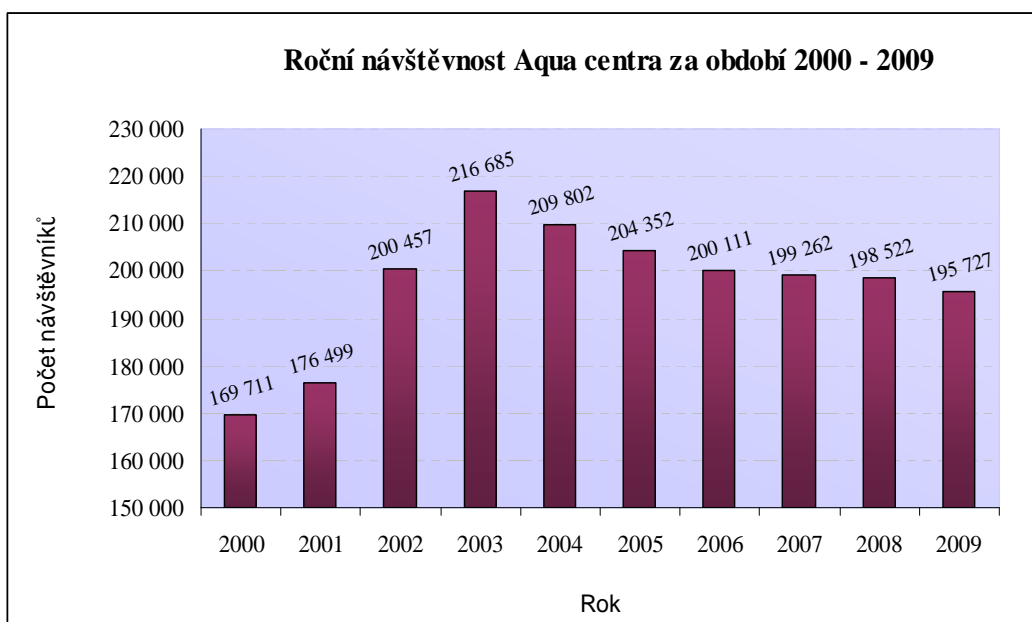
- konkurence v letním období – koupaliště v okolí Jičína
- postavení nového podobného zařízení v okolí
- pokles návštěvnosti
- rekonstrukce koupaliště Kníže

Pro detailnější analýzu Aqua centra jsem zvolil jednu z jeho hrozeb. Jedná se o pokles návštěvnosti. V následující tabulce a grafu je uvedena roční návštěvnost Aqua centra od roku 2000 až do roku 2009.

Tab. 8. Roční návštěvnost Aqua centra za období 2000 - 2009

Rok	Počet lidí
2000	169 711
2001	176 499
2002	200 457
2003	216 685
2004	209 802
2005	204 352
2006	200 111
2007	199 262
2008	198 522
2009	195 727

Graf 3. Roční návštěvnost Aqua centra za období 2000 - 2009



Z uvedených hodnot můžeme vyčíst, že v první polovině tohoto období až do roku 2003 se návštěvnost Aqua centra každým rokem zvyšovala. Od roku 2004 však přichází období každoročního poklesu o několik tisíc návštěvníků. K tomuto postupnému poklesu vede několik faktorů. Jako příklad lze uvést to, že si stále více lidí pořizuje bazén přímo ke svému domu.

7.5 Ubytování

SILNÉ STRÁNKY

- poloha ubytovacích zařízení

SLABÉ STRÁNKY

- nízká kapacita ubytoven TJ a SPORT
- vybavení pokojů
- uzavřený hotel Start

PŘÍLEŽITOSTI

- nový investor
- více sportovních soustředění a akcí

HROZBY

- konkurence

Ze SWOT analýzy ubytovacích zařízení můžeme vyčíst, že převažují spíše slabé stránky. Bohužel nabízené vybavení a nízké kapacity ubytoven TJ a SPORT, nejsou na takové úrovni, která by odpovídala nárokům sportovních oddílů či kvalitám okolních sportovišť.

Do silných stránek analýzy je přiřazena pouze poloha těchto zařízení, které se nachází přímo v komplexu sportovního areálu v Lipách. Tento nepříjemný fakt by byl nepochybně změněn, pokud by došlo k znovuootevření hotelu Start, který dříve nabízel dostatečnou ubytovací kapacitu a kvalitní zázemí pro sportovní i společenské akce.

8 Závěr

Hlavním cílem práce bylo analyzovat ekonomiku, marketingové prostředí a technické zázemí příspěvkové organizace Sportovní zařízení města Jičín. K dosažení cíle byly použity informace a písemné materiály od organizace a také autorovi znalosti a zkušenosti s jednotlivými sportovišti.

V teoretické části práce bylo charakterizováno město Jičín a přiblížen vývoj sportu v tomto městě. Byla zde představena příspěvková organizace Sportovní zařízení města Jičín a uvedeny činnosti, kterými se organizace zabývá. Poté byla jednotlivá zařízení rozdělena dle charakteru na vnitřní sportoviště, vnější sportoviště, Aqua centrum a ubytování. U vybraných zařízení byl popsán jejich vývoj, struktura a technické zázemí.

V praktické části byla provedena ekonomická a marketingová analýza organizace SZMJ. V ekonomické analýze byly nejprve hodnoceny příspěvky města na sport resp. na jednotlivá zařízení. V této kapitole byl konstatován postupný pokles celkových výdajů na sport, a to zejména z důvodu početných rekonstrukcí a investic do jednotlivých zařízení v předchozích letech. Ve výši příspěvků dominuje dle zjištěných hodnot Aqua centrum, které má vysoké náklady na provoz z důvodu velké energetické spotřeby.

Další část ekonomické analýzy byla zaměřena na Aqua centrum, kde pomocí ukazatele bodu zvratu bylo sledováno jeho hospodaření. Toto zařízení bylo k této analýze zvoleno proto, že jako jediné eviduje roční návštěvnost a má stanovený ceník vstupného. Pro výpočet bodu zvratu bylo nejprve nutné stanovit celkové fixní náklady, průměrnou cenu za vstup a průměrné variabilní náklady na jednoho návštěvníka Aqua centra. Z vypočteného výsledku bodu zvratu vyplynulo, že zařízení bude ztrátové do té doby, pokud jej nenavštíví ročně minimálně 395 963 návštěvníci. Tomu odpovídají tržby ve výši 20 194 085 Kč. Porovnáním tohoto výsledku se skutečnými výnosy bylo zjištěno, že Aqua centrum hospodařilo po celé sledované období

pod bodem zvratu. To znamená, že je dlouhodobě ztrátové a tím i plně závislé na dotacích od zřizovatele ve výši rozdílu mezi výnosy a náklady.

Ztrátovost Aqua centra by bylo možné řešit, dle názoru autora, větší zainteresovaností v oblasti marketingu, což by mělo za následek vyšší návštěvnosti a tím i vyšší tržby. Dalším řešením by bylo zaměřit se na snižování nákladů, které jsou u tohoto zařízení poměrně vysoké.

V marketingové analýze bylo provedeno hodnocení organizace a jednotlivých zařízení pomocí metody SWOT. V analýze byly nejprve v bodech vypsány silné a slabé stránky a také vystiženy eventuální příležitosti a hrozby jednotlivých zařízení. Poté byl z jednotlivých SWOT analýz vybrán jeden bod a detailněji popsán.

Na základě zpracovaných analýz a dosažených výsledků považuji Sportovní zařízení města Jičín za spolehlivě fungující příspěvkovou organizaci, která svými sportovišti a službami poskytuje sportovcům a občanům kvalitní zázemí pro vykonávání sportovních i nesportovních aktivit.

Zpracování této práce mi přineslo bližší seznámení s příspěvkovou organizací Sportovní zařízení města Jičín, zejména s její strukturou a činnostmi. Dále mi byl přiblížen vývoj, současné využití a technické zázemí jednotlivých sportovišť.

Obsah bakalářské práce bych rád využil v následujícím studiu a zaměstnání. Dosažené výsledky a vypracované návrhy poskytnu organizaci Sportovní zařízení města Jičín k dalšímu jejich využití.

9 Použitá literatura

BÍLKOVÁ, E. *Pod Valdickou branou*. 1. vyd. Jičín, 2004. ISBN 80-239-2648-9.

ČÁSLAVOVÁ, E. *Management v tělesné výchově a sportu (vybrané kapitoly)*. Praha: Karolinum, 1995. ISBN 80-7184-066-1.

ČESKÁ DAŇOVÁ SPRÁVA. *Zákon č. 218/2000 Sb. ze dne 27. června 2000, o rozpočtových pravidlech a o změně některých souvisejících zákonů*. [online]. 2006 [cit. 2010-04-13]. Dostupný z WWW: <http://cds.mfcr.cz/cps/rde/xchg/cds/xsl/219_4028.html?year=PRESENT>.

ČESKÁ DAŇOVÁ SPRÁVA. *Zákon č. 250/2000 Sb. ze dne 7. července 2000, o rozpočtových pravidlech a o změně některých souvisejících zákonů*. [online]. 2006 [cit. 2010-04-13]. Dostupný z WWW: <http://cds.mfcr.cz/cps/rde/xchg/cds/xsl/182_4026.html>.

DĚDKOVÁ, J., HONZÁKOVÁ, I. *Základy marketingu*. 3.vyd. Liberec: Technická univerzita v Liberci, 2006. 173 s. ISBN 80-7372-130-9.

INFOBANKA VÝZKUMU MMR, *Soubory-Zpravy-WB-31-04-Aktivita_5_8* [online]. 2008 [cit. 2008-06-16]. Dostupný z WWW: < <http://www.mmr-vyzkum.cz/INFOBANKA/periodicka-zprava-2005-wb-9929.aspx>>.

KOTÍKOVÁ, H., ZLÁMAL, J. *Základy marketingu*. 1. vyd. Olomouc, 2006. 77s. ISBN 80-244-1489-9.

KYZLINK, V., JURČEKA, M., PEKOVÁ, J. *Finanční hospodaření rozpočtových a příspěvkových organizací*. 1. vyd. Praha: Státní nakladatelství technické literatury, 1986.155 s.

PŘÍSPĚVATELÉ WIKIPEDIE. *Příspěvková organizace* [online]. 2009
[cit. 2010-03-21]

Dostupný z WWW: <http://cs.wikipedia.org/w/index.php?title=P%C5%99%C3%ADsp%C4%Bvkov%C3%A1_organizace&oldid=3756578>.

R-INCON Int., s.r.o. *Jičín* [online]. 2010 [cit. 2010-02-16].

Dostupný z WWW: <<http://www.jicin.org/>>.

Sportovní zařízení města Jičín [online]. 2006 [cit. 2006-10-18].

Dostupný z WWW: <<http://www.sport-jicin.cz>>.

SYNEK, Miloslav a kolektiv. *Manažerská ekonomika*. 4. vydání. Praha: Grada Publishing, 2007. ISBN 978-80-247-1992-4.

ŠEDIVÝ, M. *Potřebuje nezisková organizace marketing?* MARKETING MAGAZINE: marketingový magazín, srpen 2007, roč. 2, č. 8, s. 6.

ŠVANDOVÁ, Z. *Úvod do marketingové komunikace*. Liberec: Technická univerzita v Liberci, 2002. ISBN 80-7083-637-7.

TĚLOVÝCHOVNÁ JEDNOTA JIČÍN. *Nástin vývoje tělesné výchovy a sportu v Jičíně (1852 – 2000)*. 1.vyd. Jičín, 2001. 223s.

VYMLÁTILOVÁ, P. *Marketingová studie sportovního areálu v Jičíně*. Liberec, 2007. 48 s. příloh. Bakalářská práce na Technické univerzitě v Liberci.

10 Seznam příloh

- Příloha č. 1: Ceníky – vnitřní sportoviště
- Příloha č. 2: Ceníky – vnější sportoviště
- Příloha č. 3: Ceníky - ubytování
- Příloha č. 4: Ceníky – Aqua centrum
- Příloha č. 5: Parametry bazénů a atrakcí v Aqua centru

Příloha č. 1: Ceníky – vnitřní sportoviště

1) Sportovní hala

- 45 × 22 m,
- hlediště pro 650 sedících diváků.

<i>Ceník pronajmu</i>	<i>Kč / hod.</i>
kluby Jičín - tréninky	160,-
kluby Jičín - soutěže	220,-
veřejnost Jičín	400,-
veřejnost mimo Jičín	600,-
komerční činnost	dle dohody
přídavné osvětlení	60,-

2) Tělocvična

- 27 × 17 m,
- hlediště pro 150 stojících diváků.

<i>Ceník pronájmu</i>	<i>Kč / hod.</i>
kluby Jičín - tréninky	90,-
kluby Jičín - soutěže	120,-
veřejnost Jičín	220,-
veřejnost mimo Jičín	350,-
komerční činnost	dle dohody

3) Sál pro aerobic

- 2 zrcadlové stěny,
- 12 × 6 m.

<i>Ceník pronájmu</i>	<i>Kč / hod.</i>
sportovní akce pro děti a mládež	130,-
sportovní akce pro dospělé a komerce	200,-

4) Stolní tenis

- 4 stoly
- 18 × 9,5 m.

<i>Ceník pronájmu</i>	<i>Kč / hod</i>
kluby Jičín tréninky	50,-
kluby Jičín soutěže	65,-
veřejnost Jičín	40,- / stůl
veřejnost mimo Jičín	60,- / stůl
komerční činnost	dle dohody

5) Tělocvična Judo

<i>Ceník pronájmu</i>	<i>Kč / hod.</i>
Kluby Jičín tréninky	50,-
Kluby Jičín soutěže	65,-
veřejnost Jičín	150,-
veřejnost mimo Jičín	200,-
komerční činnost	dle dohody

6) Posilovna a solárium

- posilovací stroje
- velký výběr činek
- zrcadlová stěna
- solárium
- bar pro občerstvení
- prodej doplňků sportovní výživy

<i>Ceník vstupů – posilovna</i>	<i>Kč</i>
jednorázový vstup	36,- / hod.
permanentka na 11 vstupů	350,-
permanentka na 1 měsíc	350,-
permanentka na 3 měsíce	900,-

<i>Ceník vstupů – solárium</i>	<i>Kč</i>
jednorázový vstup	5,- / min.
permanentka na 132 minut	550,-

7) Tělocvičny IV. ZŠ

Tyto tělocvičny, které jsou součástí IV. ZŠ, se nacházejí v centru města. Jedná se o dvě menší tělocvičny. Jejich provoz je každý den od 16 do 22 hod., v sobotu a v neděli pak celý den.

- velká tělocvična 24 × 12 m
- malá tělocvična 18 × 12 m

<i>Ceník pronájmu</i>	<i>Kč / hod.</i>
Velká tělocvična – sportovní kluby Jičína i ostatní	150,-
Malá tělocvična – sportovní kluby Jičína i ostatní	100,-

Příloha č. 2: Ceníky – vnější sportoviště

1) Hřiště s umělou trávou

Hřiště s umělou trávou třetí generace. Celoroční provoz, v zimě prováděna údržba formou vyhrnování a frézování sněhu. K dispozici zázemí kabin a sprch.

<i>Ceník pronájmu</i>	<i>Kč / hod.</i>
veřejnost (včetně kabin a sprch)	750,-
komerční činnost	dle dohody
příplatek za osvětlení	250,-
zimní příprava (období 1. 12. – 31. 3.)	500,-

2) Travnaté hřiště s umělým zavlažováním



<i>Ceník pronájmu</i>	<i>Kč / hod.</i>	<i>Kč / zápas</i>
veřejnost – Jičín	500,-	1.100,-
veřejnost – mimo Jičín	700,-	1.500,-
komerční činnost	dle dohody	dle dohody

3) Tenisové kurty

- 7 antukových kurtů
- 1 asfaltový kurt
- cvičná stěna



<i>Ceník pronájmu</i>	<i>Kč / hod.</i>
veřejnost – Jičín	100,-
veřejnost – mimo Jičín	120,-
komerční činnost	dle dohody
děti do 8 let	zdarma

4) Hřiště u III.ZŠ

V dubnu 2007 byl otevřen nový sportovní stánek, který se nachází se v centru čtvrti Jičina - Nové Město u III. Základní školy v Poděbradově ulici.



- velké hřiště s umělou trávou (fotbal)
- malé hřiště s umělou trávou (tenis, házená, basketbal)
- plážový kurt pro beach volejbal
- čtyř-dráha o délce 100 m a ovál 200 m
- skok daleký a vysoký
- hřiště s umělou trávou jsou uměle osvětlena

<i>Ceník pronájmu velkého hřiště</i>	<i>Kč / hod.</i>
sportovní kluby Jičina	150,-
veřejnost a ostatní	200,-
komerční činnost	dle dohody

<i>Ceník pronájmu malého hřiště</i>	<i>Kč / hod.</i>
sportovní kluby Jičína	100,-
veřejnost a ostatní	200,-
komerční činnost	dle dohody
příplatek za osvětlení	50,-

<i>Ceník pronájmu beach kurtu</i>	<i>Kč / hod.</i>
sportovní kluby Jičína	80,-
veřejnost a ostatní	120,-
komerční činnost	dle dohody

<i>Ceník pronájmu atletických sektorů</i>	<i>Kč / hod.</i>
sportovní kluby Jičína	100,-
veřejnost a ostatní	250,-
komerční činnost	dle dohody

5) Volejbalové kurty

- 2 antukové kurty
- 1 kurt na plážový volejbal (malý kurt)
- 1 kurt na plážový volejbal, fotbal, házenou (velký kurt)

<i>Ceník pronájmu – malý, velký beach kurt</i>	<i>Kč / hod.</i>	<i>Kč / hod.</i>
veřejnost – Jičín	80,-	100,-
veřejnost – mimo Jičín	100,-	130,-
komerční činnost	dle dohody	dle dohody

<i>Ceník pronájmu – antuka</i>	<i>cena / hod.</i>
veřejnost – Jičín	80,-
veřejnost – mimo Jičín	120,-
komerční činnost	dle dohody

<i>Ceník – antuka , další služby</i>	<i>cena / hod.</i>
zapůjčení sítě	20,-
zapůjčení míče (volejbal, fotbal, házená)	10,-
kompletní příprava kurtu správcem	100,-

Příloha č. 3: Ceníky - ubytování

1) Chata Homole



<i>Ceny ubytování a stravy (polopenze)</i>	<i>Kč / noc</i>
pokoj s vlastním sociálním zařízením pro 1 osobu	430,-
pokoj se sociálním zařízením na patře pro 1 osobu	360,-
děti od 2 do 10 let	10%
děti do 2 let	zdarma

<i>Ceny za ubytování a stravu (plná penze) pro skupiny</i>	<i>Kč / noc</i>
školy v přírodě, sportovní skupiny apod.	od 230,-

<i>Ceník za ubytování a stravu (polopenze) pro skupiny</i>	<i>Kč / noc</i>
školy v přírodě, sportovní skupiny apod.	od 170,-

2) Ubytovna SPORT



<i>Cena ubytování za 1 lůžko pro jednotlivce</i>	<i>Kč / noc</i>
pokoj s vlastním soc. zařízením pro 1 osobu na 1 noc	240,-
pokoj s vlastním soc. zařízením pro 1 osobu na více nocí	220,-

<i>Cena ubytování pro skupiny (více jak 10 osob)</i>	<i>Kč / noc</i>
pokoje s vlastním soc. zařízením pro 1 osobu na 1 noc	210,-
pokoje s vlastním soc. zařízením pro 1 osobu na více nocí	190,-

<i>Cena ubytování pro skupiny mládeže (více jak 10 osob)</i>	<i>Kč / noc</i>
pokoje s vlastním soc. zařízením pro 1 osobu na 1 noc	180,-
pokoje s vlastním soc. zařízením pro 1 osobu na více nocí	160,-

3) Ubytovna TJ

<i>Cena ubytování za 1 lůžko pro organizované sportovce</i>	<i>Kč / noc</i>
pokoj se soc. zařízením na patře pro 1 osobu na 1 noc	200,-
pokoj se soc. zařízením na patře pro 1 osobu na 2 až 4 noci	180,-
pokoj se soc. zařízením na patře pro 1 osobu na 5 a více nocí	160,-

<i>Cena ubytování za 1 lůžko pro ostatní</i>	<i>Kč / noc</i>
pokoj se soc. zařízením na patře pro 1 osobu na 1 noc	220,-
pokoj se soc. zařízením na patře pro 1 osobu na 2 až 4 noci	200,-
pokoj se soc. zařízením na patře pro 1 osobu na 5 a více nocí	180,-

Příloha č. 4: Ceníky – Aqua centrum

	<i>Doba pobytu</i>	<i>Základní cena</i>	<i>Příplatek za každých započatých 30 minut</i>
Dospělí	1,5 hod.	80,-	25,-
	3 hod.	120,-	25,-
	celý den	140,-	-----
Děti 2 - 15 let, studenti do 26 let, dospělí od 60 let, ZTTP doprovod	1,5 hod.	50,-	25,-
	3 hod.	80,-	25,-
	celý den	100,-	-----
ZTP/P - držitel	1,5 hod.	ZDARMA	ZDARMA
	3 hod.	ZDARMA	ZDARMA
	celý den	ZDARMA	ZDARMA
Rodinné vstupné	dva dospělí (plné vstupné) + 1. dítě 2 – 15 let (plné vstupné) + 2. dítě 2 – 15 let (ZDARMA) + další děti 2 - 15 let (plné vstupné)		
Plavání bez atrakcí	jednotné vstupné 25,-		

<i>Permanentní vstupenky</i>	<i>720 min.</i>	<i>1440 min.</i>
bazény včetně atrakcí (dospělí)	480,-	840,-
bazény včetně atrakcí (děti 2 – 15 let, studenti do 26 let, dospělí od 60 let)	320,-	560,-
kondiční plavání bez atrakcí	250,-	----

- každý návštěvník musí zaplatit zálohu 50 Kč na elektronický čip
- pro dítě od 1 do 2 let je nutné zakoupit koupací kalhotky na recepci v hodnotě 20 Kč/ks
- při požadavku na snížené vstupné pro dospělé od 60 let je nutné prokázat se občanským průkazem
- poukazy SODEXO - Relax pass, Flexi pass, Fokus pass a dárkové poukazy lze použít pouze na permanentní vstupenky



Příloha č. 5: Parametry bazénů a atrakcí v Aqua centru

Plavecký bazén <ul style="list-style-type: none">• délka 25 × 8 m• hloubka 1,3 – 1,6 m• voda 24 – 26 °C	Divoká řeka <ul style="list-style-type: none">• oválného tvaru• hloubka koryta 1,2 m
Dětský bazén <ul style="list-style-type: none">• délka 12,5 × 8 m• hloubka 0,6 – 0,8 m• voda 27 – 28 °C	Tobogan <ul style="list-style-type: none">• délka 96 m• výškový rozdíl nástupu a dojezdu 8,5 m• hloubka bazénu v prostoru dojezdu 0,2 m
Skokanský bazén <ul style="list-style-type: none">• 1 m prkno• hloubka 3,9 m	Whirpooly <ul style="list-style-type: none">• kapacita 8 osob v každém whirlpoolu• teplota vody 29 – 30 °C
Dětské brouzdaliště <ul style="list-style-type: none">• s umělou říčkou a vodním hříbem	Parní komora <ul style="list-style-type: none">• kapacita komory 10 – 15 osob• teplota v parní komoře max. 52 °C

Přílohy č. 1-5, Zdroj: *Sportovní zařízení města Jičín* [online]. 2006

Dostupný z WWW: <<http://www.sport-jicin.cz>>